

ИНКАР ХАМИТИ

магистрант

ГАЗИЗОВ Р.Р.

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИТИ-ШОУ НА КИТАЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Аннотация. Исследование посвящено определению специфики реалити-шоу на телевидении КНР. Анализируется один из популярных проектов – «Куда папа идёт», являющийся лидером рейтингов национального вещания. Телепрограмма носит не только развлекательный характер, но и решает важные социальные задачи. В статье определяется концепция проекта, выявляются его приоритеты и профессиональные медийные решения, способствующие результативности коммуникаций.

Ключевые слова: реалити-шоу, реалити-шоу «Куда папа идет», телевидение КНР, китайское телевидение, Хунаньская телестанция Китая.

Abstract. The study is devoted to the specifics of the reality show on television of the PRC. Examines one of the more popular projects – "Where dad go", which is the leader of ratings for national broadcast. The TV show is not only entertaining, but also addresses important social issues. The article defines the concept of the project, identified its priorities and professional media solutions that will impact communications.

Keywords: reality show, reality show "Where dad go", China TV, China TV, Hunan TV station China.

1. Концепция реалити-шоу «Куда папа идёт». Реалити-шоу – жанр телепередачи, в которой показывают реальную жизнь команды участников, круглые сутки находящихся в кадре видеокамеры. Участники (команды участников), поставленные в определенные условия, стремятся выполнить определенные задания, чтобы победить в соревновании и получить приз. Заранее продуманный сценарий отсутствует, многое зависит от самих участников.

Телепрограмма реалити-шоу «Куда папа идет» – не оригинал Хунаньской телестанции Китая, она купила её авторское право и форму у корейской телестанции MBC телепрограммы «Папа! Куда мы пойдём?». Первый сезон «Куда папа идёт» стартовал 11 октября 2013 г. и транслировался каждую пятницу

в 22.00, а 27 декабря 2013 г. завершился. Первый сезон телепрограммы состоял из 12 серий, и команда снимала первый сезон в 6 разных местах, в каждом месте по 2 серии, каждая по 90 минут. Папам звезд нужно жить с детьми 72 часа в неизвестных местах и выполнять задания на приобретение опыта, которые дает «деревенский староста». Телепрограмма пригласила известных актеров, чемпиона олимпийских игр, моделей со своими детьми.

Телепрограмма «Куда папа идет» получила большой успех, занимала первое место в рейтинге аудитории. Дифференциация по половому признаку, число женщин составляет 78,7%, мужчин 21,3%. По возрасту зрителей период от 25 до 34 является самым основным, это 37%. По степени образованности наиболее востребован период с 10 класса до степени бакалавриата, их 68%. Одна зрительница сказала: «После просмотра телепрограммы я хочу, как можно раньше выйти замуж и родить ребенка» [1].

2. Изучение причин популярности телепрограммы. Реалити-шоу «Куда папа идет» сразу привлекло внимание общественности. После трансляции телепрограммы, люди очень горячо обсуждали воспитание детей, отцовскую любовь и другие социальные явления. Реалити-шоу получило всеобщее признание и реализовало успешную трансформацию комплексного тв-шоу. Многие зрители говорят: «Вечером выходного дня милые дети помогают снизить давление и дарят вам большую радость».

В ходе исследований установлено, что отношение между папой и ребенком очень привлекает большое внимание зрителей. Очаровательный характер детей способен затронуть даже самых циничных людей [2].

2.1. Соответствие содержания телепрограммы психологическим потребностям зрителей. В современном мире в телепрограмме очень важна смысловая нагрузка. Если в телепрограмме изначально отсутствует потенциал, то ей будет очень трудно существовать в обществе. Содержание телепрограммы «Куда папа идет» включает в себя художественное оформление, участие звезд и др.

2.2. Художественное оформление программы. Телепрограмма реалити-шоу обычно способствует снижению психологического давления. В последние годы такой тип телепрограмм очень популярен. Однако, образ музыкальных телепрограмм присутствует на экране слишком часто и уже успел надоесть зрителям. Таким образом, люди хотят увидеть новую телепрограмму, которая имеет совершенно иное содержание.

Содержание телепрограммы является ключевым моментом для успеха телепрограммы. Если у нее довольно разнообразное и интересное содержание, то она с легкостью получит успех и симпатию зрителей. Реалити-шоу «Куда папа идет»

даёт зрителям новые эмоции. Сюжет достаточно прост: отец присматривает за своими малышами. Такой проект соответствует психологическим потребностям телезрителей, способствует сближению отцов и детей.

В традиционном обществе Китая, как правило, уход и воспитание детей – это обязанность матерей, а роль пап в данном вопросе второстепенна. «Мужчина работает, женщина следит за домом» такая традиционная мысль взяла начало от этапа патриархата и продолжается несколько тысяч лет. На фоне такой рабочей занятости многие отцы очень редко остаются наедине с детьми и почти не участвуют в их воспитании, так как этим всегда занимаются мамы.

Телепрограмма «Куда папа идёт» не только носит развлекательный характер, но и решает важные социальные задачи, помогая семьям решать имеющиеся у них дома психологические трудности.

2.3 Уникальная форма телепрограммы. Телепрограмма «Куда папа идёт» меняет привычные зрителю декорации. Из шумных улиц города проект переносится к природе. Телепрограмма «Куда папа идёт» первая использует сюжет, где отец присматривает за ребенком. К тому же, всем очень интересна личная жизнь звезд. В чем же причина такой ошеломляющей популярности программы? В реальных условиях папы с их чадами играют в различные игры, лучше узнают друг друга, и такое положение дел не может не вызвать умиления со стороны массовой аудитории.

3. Команда проекта. Проект имеет больше 40 видеокамер, в нем задействованы режиссеры, операторы и иной персонал. Команда делает качественный монтаж и интересные субтитры, используя многие типы анимации, что погружает зрителей в веселую и тёплую атмосферу.

4. Вывод. Рейтинг аудитории телепрограммы «Куда папа идёт» постоянно растёт. Успешные реалити-шоу не только имеют разнообразное содержание и сильную команду, но и удовлетворяют потребности зрителей.

Литература

1. Китайские популярные реалити-шоу запустили в кинопрокат. URL – <http://russian.china.com/culture/famous/779/20150311/312472.html>.

2. Газизов Р.Р., Ян Чжан. Развитие медиакорпорации «Шанхай-медиа-групп» в контексте экономических факторов / Р.Р. Газизов Р.Р., Чжан Ян // Современные массмедиа: проблемы и перспективы: Материалы Международной научно-практической конференции. – Краснодар: КСЭИ, 2016. – С. 203 – 206.